

expedia group™

Traveler Value Index (トラベラーバリュー インデックス)



目次

パートナーの皆様へのメッセージ	3
2021年、旅行者の価値観は	4
回復への期待	5
旅行の意義	7
<hr/>	
Traveler Value Index (トラベラーバリュー インデックス)	13
ホテル：世代による価値観の違い	16
バケーションレンタル：返金の可能性がカギ	17
飛行機の旅：返金の重要性が上昇	18
レンタカー：価格より柔軟なポリシー	19
クルーズ旅行：若年層は環境問題を重視	20
<hr/>	
明るい未来	22
分野別の詳細データ	23
リサーチの方法	24
Expedia Group について	24



パートナーの皆様への メッセージ



Expedia Group は、旅行はより豊かで素晴らしい未来をもたらす力であると信じています。世界的に旅行が制限され始めた2020年以前も、そして現在においても、私たちの信念に揺らぎはありません。弊社は、この困難な時代に得た学びを活かし、世界の旅行業界全体に発展の機会を

もたらすことを目指しています。

それを達成するためにこの調査レポート「Traveler Value Index (トラベラーバリュー インデックス)」を作成いたしました。コロナ禍が旅行者行動をどのように変化させ、今後の予約動向にどう影響し続けるかを理解するために行ったリサーチ結果をまとめたものです。特に重要なポイントは、パートナーの皆様へ新しい旅行のあり方を理解していただき、対応していただくことです。本リサーチではそのための最善策を追求しました。

Traveler Value Index は、すでにご周知の最新の安全衛生対策の必要性を再確認すると同時に、今後の旅行業界の

方向性を示しています。例えば旅行者は宿泊施設の環境保護や、より良い社会づくりのための取り組みについて知りたいと考えています。そして、こうした価値観に基づいて予約の決断を下す傾向が強まっています。また弊社の調べでは、人々は旅行を強く望んでおり、3分の1以上が休暇の日数が増えるのであれば収入が減少してもよいと考えています。

本リサーチを、最新の旅行者動向を理解し、コロナ後の需要を取り込むためにお役立ていただければ幸いです。

人々が旅行する理由は様々です。歴史を知るために博物館を訪ねる人もいれば、食べたことのない料理を味わうために遠くの野外マーケットへ出かける人もいます。また、生まれたばかりの孫を抱くために旅行する人もいるでしょう。突きつめれば、私たちは他の人々とのつながりを求めて旅に出ます。これまでの1年、私たちは様々な変化を体験しました。今こそ、共通のお客様のために協力体制を強化する時です。人々が再び世界を旅し、大切な人とつながり、明るい未来に進むことができるよう力を合わせましょう。

今後とも、よろしくお願いいたします。

アリアン



2021 年、旅行者の価値観は

人々は休暇の日数が増えるのであれば、昇給しなくてもよいと思っているのでしょうか？弊社の最新リサーチによると 3 分の 1 以上 (36%) の旅行者が、コロナ収束後の旅行のために、より長い休暇が欲しいと回答しています。実際、約 4 分の 3 (72%) の回答者が 12 か月以内に旅行する予定があると述べています。旅行に対して積極的な人が増えたことは、世界の旅行業界にとってうれしい兆候です。



3 分の 1 以上の人々が昇給より休暇日数が増えることを望んでいます。



世界の多くの地域で旅行業界の回復の勢いは強まっていますが、新たな現実に対し、旅行者マインドに影響を与え意思決定を左右する変化について考える必要があります。買い物から、教育、仕事、そして旅行にいたるまで、これまで予測可能で当たり前とされていた行為は、コロナにより様変わりしました。

旅行業界にとっては、変化し続ける旅行者の心理・期待に対応することが自粛期間に蓄積した需要を取り込むための重要課題となっています。弊社は、コロナが今後、旅行者の決断にどう影響し続け、人々が旅行を予約する時にどのような情報を求めているのかを見極め、理解するために Traveler Value Index (トラベラーバリュー インデックス) を作成しました。リサーチにより明らかになった新たな驚くべき事実は、旅行業界が変革の時を迎えつつあることを示唆しています。

Wakefield Research と共同で実施した本リサーチの一環として、主要マーケットである以下の 8 か国の 8,000 人を対象とする世界的な消費者アンケートが実施されました：オーストラリア、カナダ、フランス、ドイツ、日本、メキシコ、イギリス、アメリカ。

回復への期待

旅行者の価値観とコロナ後の旅行者マインドについて詳しくご説明する前に、2021 年後半、旅行業界のさらなる回復が期待できる兆候についてご紹介します。

都市から地方への旅行が回復：自動車による国内旅行が増加しているため、地方のバケーションレンタルの予約数が伸びています。約半数 (49%) の旅行者が、今後の 18 か月に田舎、山、小さな町への旅行を考えています。¹

都市を目的地とする旅行も上昇傾向です。弊社の旅行サイトでは主要都市の検索数が上昇しています：ラスベガス (40% 増)、メルボルン (90% 増)、パリ (30% 増)、シドニー (85% 増)。²

メルボルン



シドニー



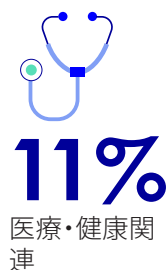
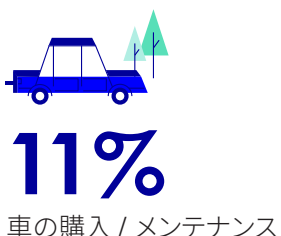
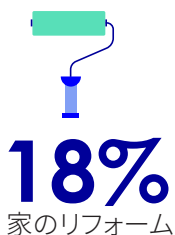
ラスベガス



パリ



ほぼ 5 人に 1 人の旅行者が、2021 年は旅行に最もお金をかけたいと思っています



旅行を最優先：3 分の 1 以上 (34%) の旅行者が、旅行の予算を 2020 年より増やしています。およそ 5 人に 1 人 (18%) は、2021 年は旅行に最もお金をかけるだろうと考えています。その他の主要な出費で同レベルだったのが家のリフォーム (18%) です。エンターテインメント (12%)、車の購入またはメンテナンス (11%)、医療・健康関連 (11%) より、旅行が優先されています。また人々は、旅行のために他の支出を減らそうと考えています。

以前の研究によると、アメリカでは約半数 (43%) の回答者が旅行費用を貯めるために外食やテイクアウトの回数を減らし、3 分の 1 以上 (38%) が禁酒すると答えています。³

¹Expedia Group, [旅行者が求めるものは \[2021 版\]](#)

²Expedia Group のサイトで 2021 年 5 月 3 日 ~ 6 月 14 日に 2021 年 8 月 1 日 ~ 9 月 30 日の旅行日で実行された国内旅行と海外旅行の検索数を、前年の検索数と比較。都市別の増加率を国の増加率と比較。

³Expedia Group 2021 年旅行トレンドレポート



約 4 分の 3 が、 ワクチンパスポートの アイデアに肯定的。



海外旅行にワクチンパスポートを携帯：ワクチン接種は海外旅行再開のカギと考えられています。およそ 4 分の 3 (71%) の旅行者がワクチンパスポートは良いアイデアであると考えています。イギリスでは特に顕著で、大半 (81%) の旅行者がワクチンパスポートを利用することに前向きです。

旅行の意義

コロナの感染拡大による渡航制限により、人と人のつながりの大切さが再認識され、私たちは旅行の素晴らしさを実感しました。

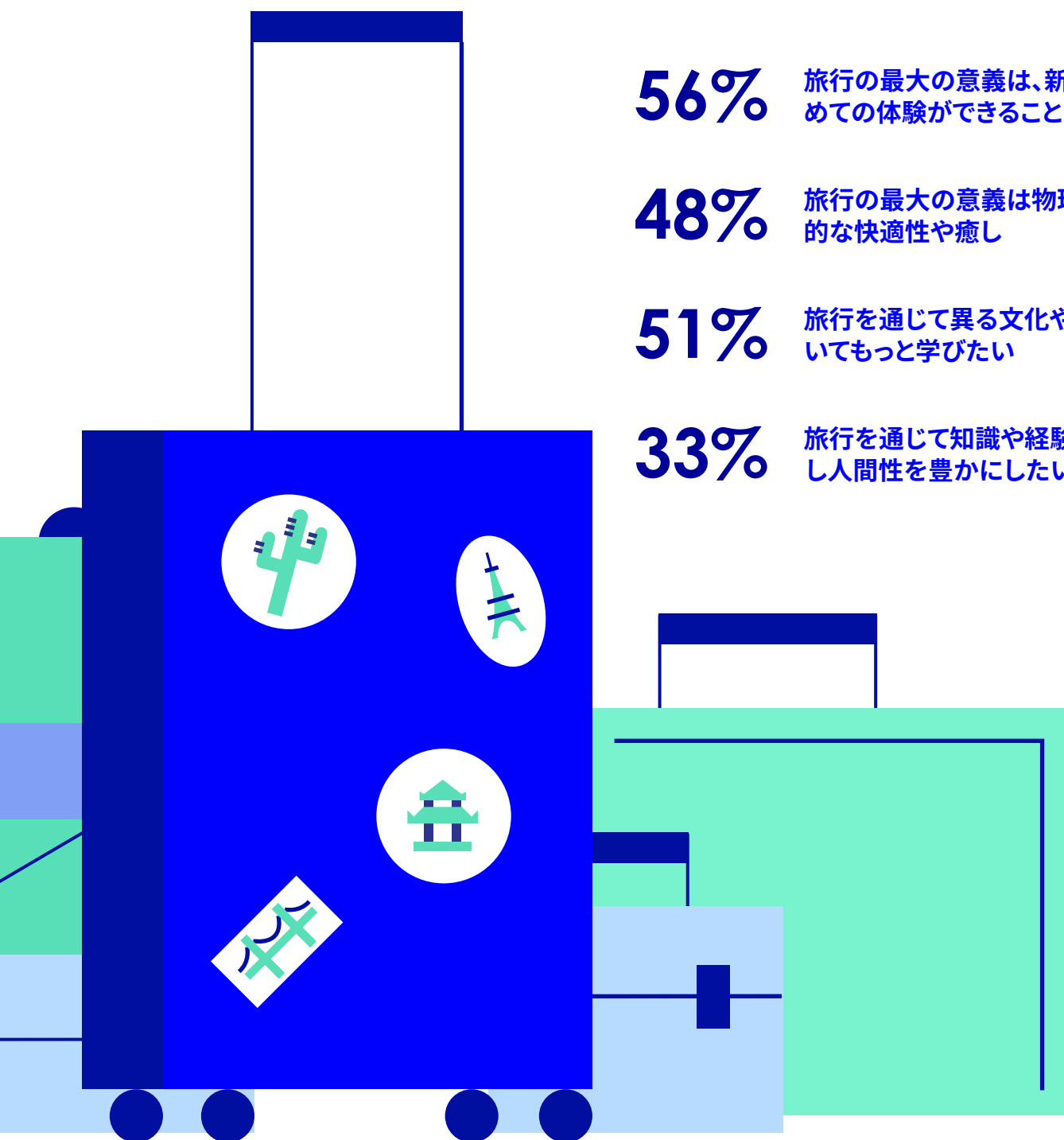
旅行は世界に対する視野を広げ、人々や地域間の理解を深めてくれます。以下にリサーチの結果を一部ご紹介します。

56% 旅行の最大の意義は、新しい・初めての体験ができること

48% 旅行の最大の意義は物理的・精神的な快適性や癒し

51% 旅行を通じて異なる文化や社会についてもっと学びたい

33% 旅行を通じて知識や経験値を増やし人間性を豊かにしたい



4分の3の旅行者が、これまで行ったことのない地域を旅行先に選ぶつもりです



1年の自粛生活で旅行需要が蓄積したばかりではありません。人々は新しい体験や初めての場所に対する興味を膨らませています。

初めての場所や経験：人々は、旅行により通常の行動範囲を越えようとしています。4分の3の旅行者が、これまで行ったことのない地域を旅行先に選ぶつもりです。この傾向は、過半数(53%)が新しい経験を求めていることを反映しています。過半数(52%)の旅行者が旅行を予定し、これまで利用したことのない交通手段を使おうと考えています。約4分の1(22%)は、次の旅行では一生に一度の特別な経験を望んでいます。

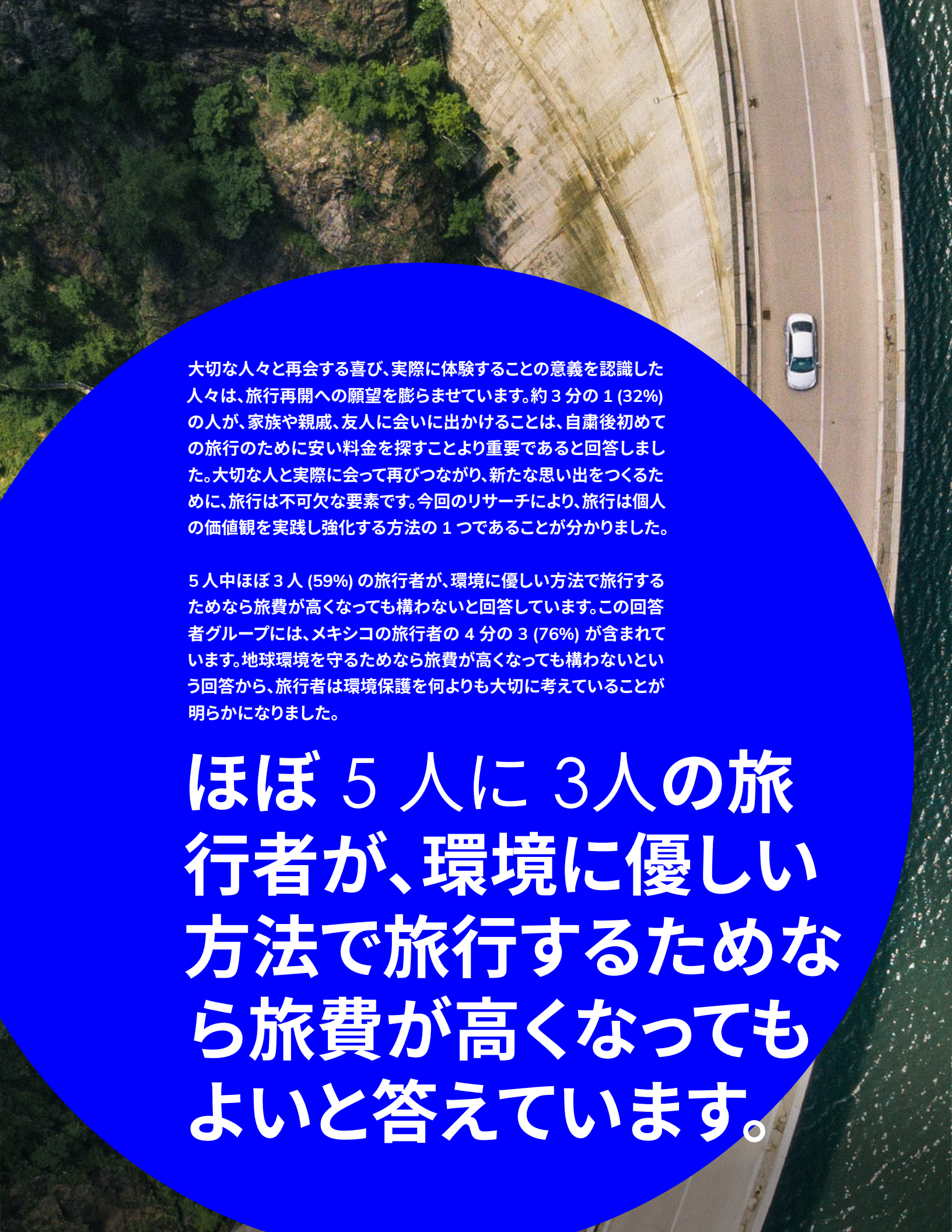
旅行者の半数(50%)は、12か月以内に飛行機に乗る予定です

空と海の旅が復活：半数(50%)の旅行者は12か月以内に飛行機を利用する予定がありますが、全体の3分の2は自動車での移動を好んでいます。飛行機の利用を考えている旅行者が最も多いのがオーストラリアで、次の旅行の移動手段として飛行機(62%)は車(65%)と同水準になっています。クルーズ旅行を計画している旅行者が10人中1人いることは、旅行需要の回復が進んでいる兆候と見ることができます。実際、弊社のデータによるとアメリカの新規クルーズ旅行の予約の約半数(44%)は出発日が2021年内です。人々ができるだけ早くクルーズ船で旅をしたいと考えていることが分かります。⁴

旅行の予約に新しいサイトを利用：約半数(48%)の旅行者は、信頼できる旅行サイトや旅行会社であれば、これまで利用したことのないサイト/会社で旅行を予約してもよいと考えています。



44% アメリカのクルーズ旅行予約のうち、2021年に出発する予約の割合

An aerial photograph showing a large concrete dam on the left, a road with a white car on the right, and a body of water at the bottom right. A large blue circle is overlaid on the image, containing white text.

大切な人々と再会する喜び、実際に体験することの意義を認識した人々は、旅行再開への願望を膨らませています。約3分の1 (32%)の人が、家族や親戚、友人に会いに出かけることは、自粛後初めての旅行のために安い料金を探すことより重要であると回答しました。大切な人と実際に会って再びつながり、新たな思い出をつくるために、旅行は不可欠な要素です。今回のリサーチにより、旅行は個人の価値観を実践し強化する方法の1つであることが分かりました。

5人中ほぼ3人 (59%)の旅行者が、環境に優しい方法で旅行するためなら旅費が高くなっても構わないと回答しています。この回答者グループには、メキシコの旅行者の4分の3 (76%)が含まれています。地球環境を守るためなら旅費が高くなっても構わないという回答から、旅行者は環境保護を何よりも大切に考えていることが明らかになりました。

ほぼ5人に3人の旅行者が、環境に優しい方法で旅行するためなら旅費が高くなってもよいと答えています。



**およそ 3 分の 2 の旅行者
者が、ソーシャルインクル
ージョン (非差別的な対
応) を実践している旅行
プロバイダーで予約する
と答えています。**

およそ 3 分の 2 の旅行者 (65%) は平等で差別のない社会を目指すソーシャルインクルージョンを実施している旅行プロバイダーを利用すると回答しています。例えば、女性オーナーの宿泊施設、LGBT+ 層を歓迎している施設、障害をお持ちのお客様への配慮を示している施設など。ドイツの旅行者はこの点を特に重視しており約 4 分の 3 (71%) の旅行者が非差別をポリシーに掲げている宿泊施設を予約したいと答えています。



旅行の方法も変化しています。弊社のリサーチによると、渡航制限により延期されていた海外旅行を実現したいという願望が高まっています。ただし短期的には、近場エリアへの手軽な国内旅行を考えている旅行者の方が多くに変わりありません。

今は近場旅：短期的に見ると過半数（60%）の旅行者が、国内旅行を選んでいますが、4分の1以上（27%）は12か月以内に国外に旅行したいと考えており、この先は海外旅行も増える見通しです。この傾向は、Expedia Groupが独自に取得した第1者データからも明らかです。2021年1月～3月に実行された国内旅行の検索の約60%は、当日から21日先までの期間の宿泊のためのものでした。⁵ドイツの旅行者は国外旅行に最も積極的で、およそ5人に2人（38%）が、来年はおそらく国外に旅行すると回答しています。

60%

短期的には国内旅行
を選ぶ旅行者の割合

27%

12か月以内に国外
旅行を考えている旅
行者の割合

手軽な小旅行：頻繁に短期旅行をしたいと考えている旅行者（41%）の数は、回数が減ってもより長期の旅行がしたいと思っている旅行者（28%）、短期旅行と長期旅行の両方を考えている旅行者（31%）を上回っています。日本では短期旅行が主流となっており、大半の旅行者（58%）がより頻繁に短期旅行をするものと見られています。



人々は期間を短く、
回数を増やして
旅行を楽しみたいと
考えています





Traveler Value Index (トラベラーバリュー インデックス)

弊社は、コロナ禍が旅行者行動に与えた影響をより深く理解するために Traveler Value Index を作成いたしました。パートナーの皆様が、変化を続ける旅行者心理・トレンドを把握し、それに対応するための指針となることを願っています。初めてとなるこの Traveler Value Index では、旅行者に複数の旅行体験の価値 (重要性) をランク付けしてもらうことにより、人々の判断基準となる 7 つの価値観を検証しました。以下の 7 項目について調査しました。

1. 全額返金が可能
2. 格安料金
3. 身体的距離の確保・非接触式の設備
4. 環境に配慮したポリシー
5. 徹底した清掃・除菌作業 (安全衛生対策)
6. 予約の変更に対応する柔軟なポリシー
7. 最上級の特典、アップグレード



すべての旅行プロダクト分野 (ホテル、バケーションレンタル、航空券、レンタカー、クルーズ) において、旅行者が最も大きな価値 (重要性) を置いているのは、全額返金の可能性と、徹底した清掃・除菌作業です。これは大きな変化です。これまでは価格が、購買行動に最大の影響を及ぼしていると考えられてきました。価格より柔軟なポリシーと安全衛生を重んじる価値観の変化は、リサーチを実施した全マーケット共通の現象でした。感染拡大が世界規模に及んだこと、極めて不安定な状態から脱して安定を取り戻したいという人々の願望の高まりを反映する結果となりました。

旅行者の4人に1人は、「全額返金が可能」を、すべての旅行経験において最も重要度が高いと回答しました



ホテル

24%



バケーションレンタル

26%



フライト

26%



レンタカー

23%



クルーズ旅行

24%



Traveler
Traveler



旅行者が最も重視 するポイント： 予定を変更したら 返金が受け取れる

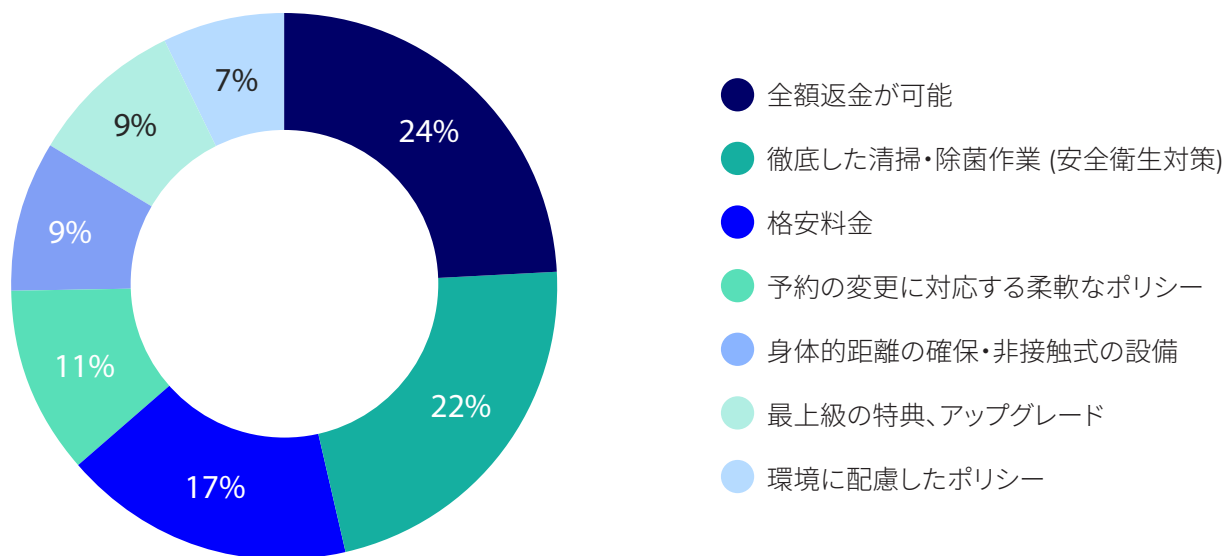
Traveler Value Index の調査結果は、全世界で驚くほど一致しています。ただし国や年齢、性別、旅行の種類など、旅行者タイプの違いによる差も注目に値します。それぞれの旅行者タイプの動機、微妙な差異を理解することは、その旅行者グループから予約を獲得するために不可欠なプロセスです。言い換えれば、柔軟な対応を求めている旅行者のニーズに応えるために、旅行サービスのプロバイダー自体がより柔軟に変わらなければならないということです。

ホテル： 世代による価値観の違い

旅行者は、ホテルの予約をキャンセルした場合に全額返金されることを何よりも重要視しています。ただし重要さの度合いには年代差があります。アメリカ、日本の40歳未満の旅行者は、徹底した清掃作業を最も重要な項目に位置付けましたが、同時に身体的距離の確保・非接触式設備と最上級の特典にも重きを置いています。若い世代は他の世代ほど、価格と返金の可否を重要視していないようです。

アメリカの旅行者が全額返金についてそれほど重要視していないという調査結果は弊社の「[旅行者が求めるものとは 2021 版](#)」リサーチ以来、一貫しています。このことから、アメリカの旅行者は低料金であれば返金不可の部屋を予約する傾向が、他の国の旅行者より強いと考えられます。⁶

徹底した清掃・除菌作業を最重要事項に選んだ回答者の男女比を見ると、どの地域でも女性が男性を上回っています。特にメキシコが顕著で、女性の3分の1 (33%) が清掃を最重要項目に選びました。同じ回答をしたのは、男性では4分の1 (25%) でした。



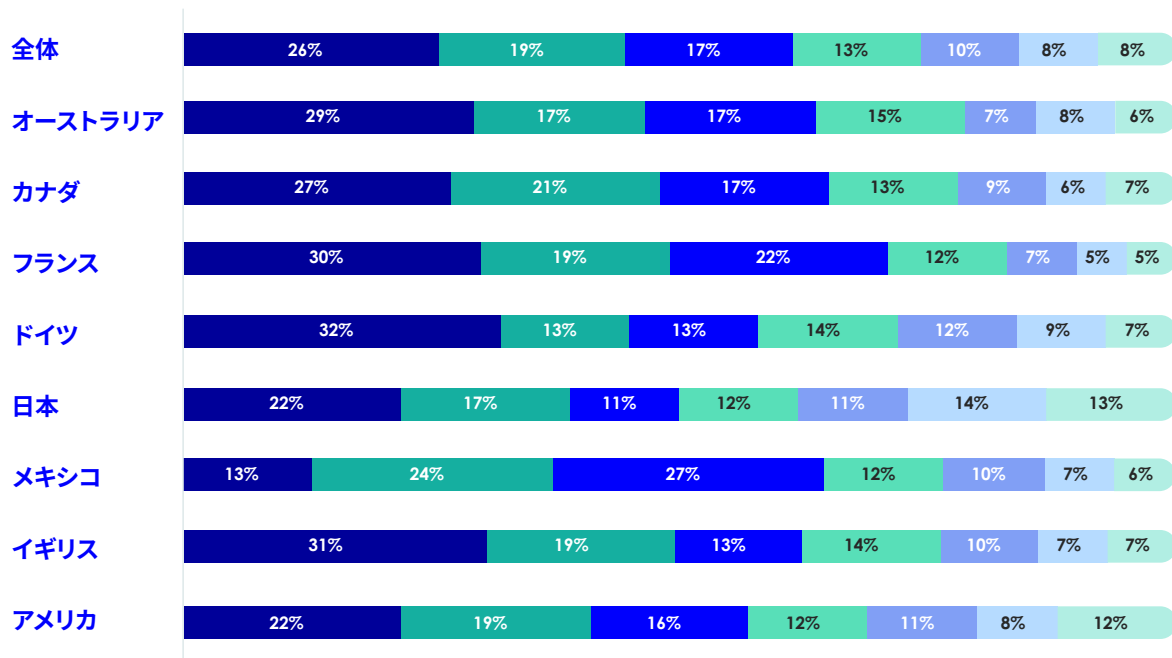
バケーションレンタル： 返金の可能性がカギ

バケーションレンタルでは、全額返金の可能性を重要視する回答が、他の分野より多くみられました。次に多かったのが、徹底した清掃・除菌作業でした。バケーションレンタルに関し、徹底した清掃・除菌作業の重要性はホテルほど高くありません。バケーションレンタルは利用頻度が比較的低いので、ホテルより清潔な印象があるのかもしれませんが。

メキシコの旅行者はバケーションレンタルの料金がお手頃かどうかを極めて重視しています (27%)。弊社の「[旅行者が求めるものとは2021版](#)」リサーチでも、メキシコの旅行者が予約サイトで利用する絞り込み条件のトップは価格であることが判明しており、一貫性のある結果となりました。⁷

予約の変更に際して変更手数料やペナルティーを請求しない柔軟なポリシーの重要度は、全地域で4位となりました。ただし、旅行に同行する子供の人数が増えるほど、柔軟なポリシーを重視する傾向は強くなります。この傾向は北米地域で特に突出しており、3人以上の子供がいる旅行者は柔軟なポリシーを重要度のトップにランク付けています。子供を伴う家族旅行の最大の懸案事項が、柔軟なポリシーであることが分かりました。⁸

日本の旅行者が、環境に配慮したポリシーをバケーションレンタルの重要項目の3位 (14%) としていることも、注目すべき点です。他のすべてのマーケットでは6位でした。



- 予約をキャンセルしたら全額返金を受け取れる
- 徹底した清掃作業 / 除菌の方法と頻度
- 世界情勢を背景とする今だけの格安料金
- 柔軟なポリシー
- 身体的距離の確保・非接触式設備
- 環境に配慮したポリシー
- 特別な、最上級の特典とアップグレード (今だけの期間限定)

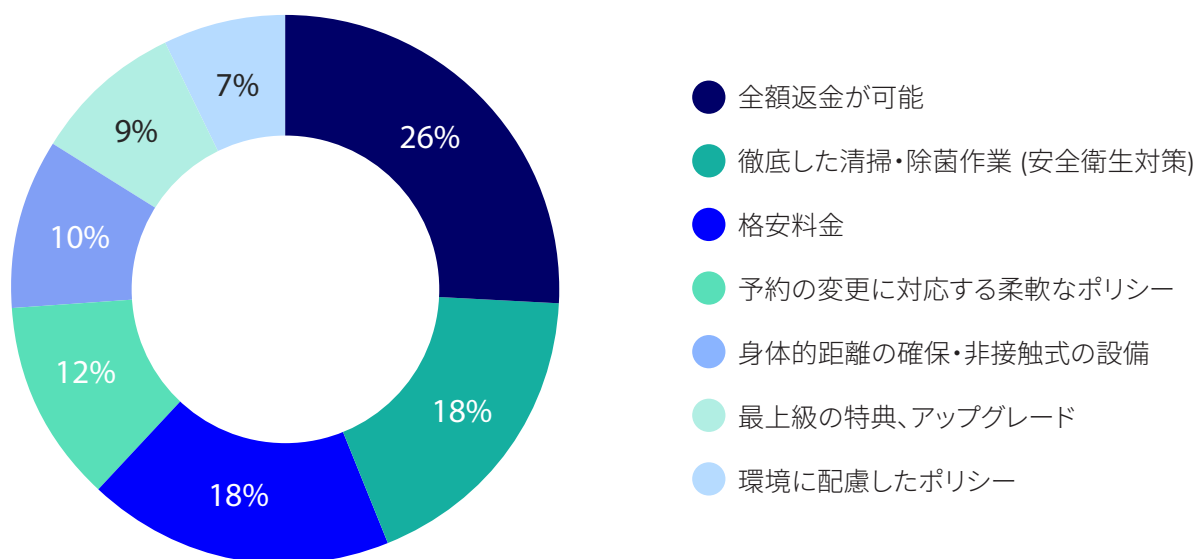
⁷Expedia Group, [旅行者が求めるものとは \[2021 版\]](#)

⁸ 調査基盤が不十分であるため、結果は方向性を示唆するものです

飛行機の旅： 返金の重要性が上昇

飛行機を利用する旅行者にとって最も重要なことは、全額返金の可能性です。この傾向はイギリス (31%) とドイツ (34%) で特に顕著です。返金の次に旅行者が重視している点は料金の安さと徹底した清掃作業で、同位にランクされました。ただし若年層の旅行者は例外です。ミレニアル世代とZ世代の旅行者は、料金の安さに魅力を感じており、衛生面よりも価格重視です。

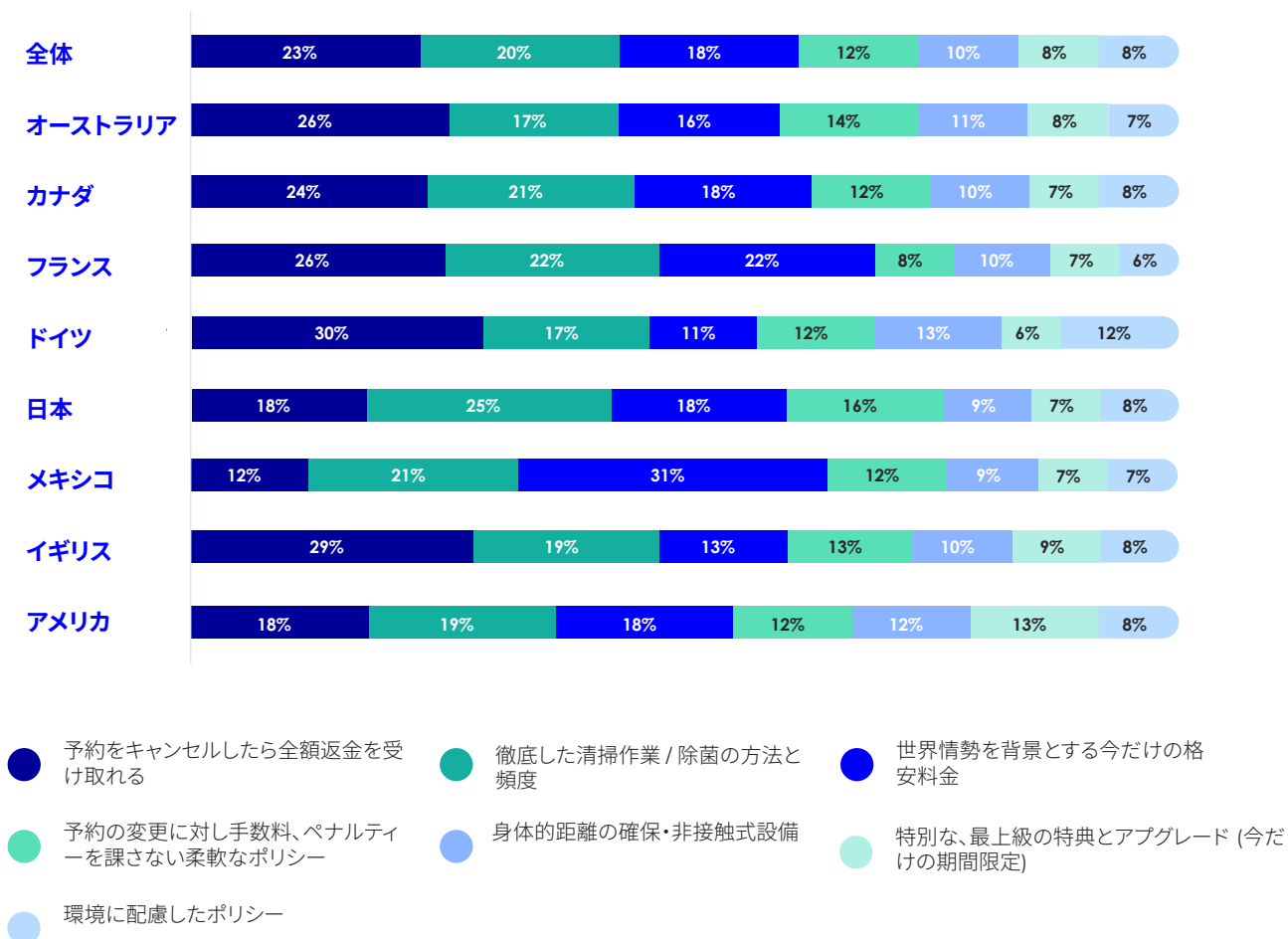
若い世代は、上の世代より他の人との接触を避けることを重視しています。この傾向はアメリカとカナダで特に強く、身体的距離の確保・非接触式設備を最も重要であるとした回答者の割合は、Z世代とベビーブーム世代で7%の開きが出ています。



レンタカー： 価格より柔軟なポリシー

レンタカーについても、全額返金の可能性が最も重要であると答えた旅行者が最多でした。続いて徹底した清掃・除菌作業という回答が多い結果となりました。この傾向は感染拡大の前から続いており、自動車は他の交通手段より感染リスクが低いという認識が背景にあるようです。

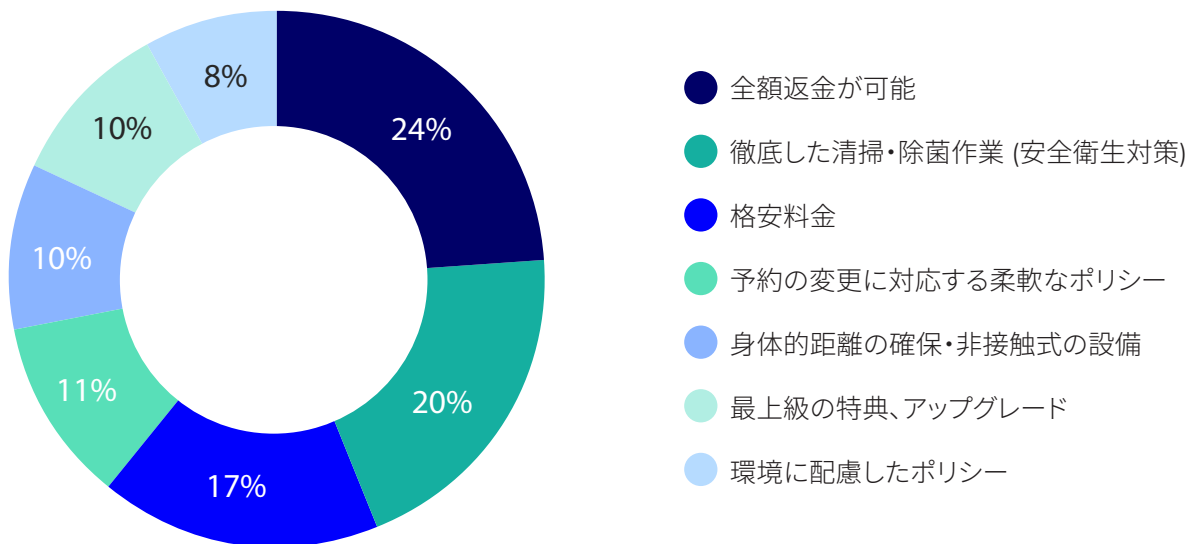
アメリカとカナダのミレニアル世代は、柔軟なポリシーを重視しており、予約を変更できる点を2番目に位置付けました。北米地域のミレニアル世代が柔軟なポリシーを重んじる傾向は飛行機の旅でも同様に見られており、料金の安さ以上に、予定を変更してもペナルティーを課せられないことを重視していることが明らかになりました。



クルーズ旅行： 若年層は環境問題を重要視

複数の国で格安料金が重要度のトップに挙げられたのは、唯一クルーズ旅行だけでした。フランスとメキシコの回答者が格安料金を重要度1位にしており、クルーズ旅行を通常より安い価格で予約したいという旅行者の願望がうかがえます。ただしアメリカやカナダのようにクルーズ旅行の市場が大きい国では、全額返金の可能性が最も重要であるという結果となりました。

中高年齢層、特にベビーブーム世代は若い世代より全額返金の可能性と清掃・除菌を重視しています。若者世代もこれらの点を重視していることに変わりはありませんが、彼らは環境への配慮についても価値観を置いています。とりわけ特徴的なのは、北米地域のZ世代が環境に配慮したポリシーを2位に位置付けたことで、若年層がクルーズ旅行が環境に及ぼす影響について懸念していることが分かります。



約束を守ることの重要性

早期にスピード感をもって旅行者の信頼を得ることは、人々の旅行願望を予約に結びつけるために必要不可欠なステップです。過半数 (53%) の旅行者が、来年の旅行を予約する場合は、旅行サービスプロバイダーが広告などで約束している通りのサービスや設備を提供してくれると確信したうえで予約したいと思っています。

過半数 (53%) の旅行者が、来年の旅行を予約する場合は、旅行サービスプロバイダーが約束通りのサービスや設備を提供してくれると確信したうえで予約したいと思っています。



オンライン上で信頼関係を築くのは容易ではありませんが、予約の決断を下す際の旅行者の心の動きを深く理解すれば、可能性は広がります。清掃作業、キャンセルポリシーについて明確な情報を提示することにより、旅行者は安心して料金を払い、その施設が顧客の安全を第一に考えていると感じることができます。旅行者はまた、選択の幅と快適性を求めています。多くの人 (52%) が、特定の旅行体験について料金の違いや複数の選択肢を検討し、宿泊施設と交通手段をまとめて予約したい (38%) と考えています。

オンラインで予約する旅行者には、それぞれ特有のニーズがあります。そうしたニーズを満たすことにより旅行者と信頼関係を築き、旅行に対する根強い不安感を軽減することができます。オンライン予約サイトについては、多くの旅行者が、希望する旅行経験に対し適正な価格を提示しているかどうかを重視しています。(57%)。サイトの使いやすさ (49%)、予約手続きの簡単さ・迅速さ (45%)、カスタマーサポート (38%)、掲載施設の数 (32%)、旅行手段の豊富さ (27%) も重要な要素です。興味深いのは、約半数 (48%) の旅行者が、利用したことのない会社を通じて予約することに抵抗を感じていないことです。新しい経験や選択肢に対する前向きな姿勢が表れています。

明るい未来

変化と不安に満ちた日々が過ぎ、世界の旅行業界は再びかつてのカタチを取り戻しつつあります。ワクチン接種の開始により再び行動の自由を得た人々は、外の世界とつながりたいという願望を新たにしています。ただし多くの旅行者は、自分自身の価値観と合う経験を求めています。それは信頼、つながり、差別のない平等な社会など人それぞれです。また旅行者にとって安心・安全な環境は必要不可欠な条件です。

旅行者の新たな価値観を取り込み、求められている旅行サービスやプロダクトを提供することこそが、コロナ後の旅行需要をめぐる市場競争で有利なポジションを獲得するための有効な手段です。



- 安全衛生対策の重要性については、弊社の「[Travel Recovery Trends Report](#) (旅行回復トレンドレポート)」でも取り上げており、5人中4人の旅行者が宿泊施設が実践している感染症対策に基づいて宿泊先を決めることが分かっています。⁹ 貴施設がウェブサイトに掲載しているコンテンツを常に最新の状態に保ち、広告メッセージや掲載ページで、キャンセルポリシーと安全衛生対策を明確に示してください。
- 2021年、ワクチン接種が広がり旅行制限が緩和されると、蓄積した需要を背景に国内外からの旅行者が増加することが予想されます。旅行再開を心待ちにしている旅行者に貴施設の存在をアピールするために、すべてのチャンネル、デバイスを通じてマーケティング活動を再開する絶好のタイミングです。
- これまで以上に多くの旅行者が、分け隔てなく、あらゆるタイプの旅行者を歓迎している宿泊施設や、環境に優しい運営方針を掲げている施設を求めています。マーケティング活動、掲載ページを通じて貴施設が社会的価値観に真摯に取り組む姿勢を伝え、旅行者と確かな関係性を築いてください。
- 旅行者の信頼を獲得してください。施設の掲載ページに表示している設備やサービス、施設の特徴、ポリシーは、必ず、表示された通りに宿泊者に提供してください。幅広い選択肢と価格帯を提示してください。それにより旅行者の不安を軽減し、待ちに待った旅行を心より楽しんでいただくことができます。

1年以上の間、世界中の人々が自粛生活を送り、旅行できる日を心待ちにしてきました。多くの人にとって、旅行を楽しむためには友だちや親戚、あるいは愛犬の存在が欠かせません。旅行のプロである私たちが提供するものは、単なる移動手段や宿泊の場所ではありません。私たちの仕事は、世界を再発見し、大切な人とつながり、明るい未来に向かって進もうとしている人々に力を添えることです。

分野別の詳細データ

貴社の旅行サービス分野に関するレポートをダウンロードして、
詳細情報を入手し、今後の施策などにお役立てください。



宿泊施設



バケーションレンタル



フライト



レンタカー



クルーズ旅行



リサーチの方法

Expedia Group の Traveler Value Index (トラベラーバリュー インデックス) リサーチは、Wakefield Research 社が、2021 年 4 月 16 日～5 月 7 日に、以下 8 か国を代表する 18 歳以上の回答者 8,000 人を対象に Eメールによる参加依頼とオンラインアンケートを通じて実施しました：アメリカ、カナダ、メキシコ、イギリス、フランス、ドイツ、日本、オーストラリア。データは対象者の声を正しく、正確に結果に反映するために、ウェイトを調整して集計されました。本調査の全般的な許容誤差は全体レベルで +/- 1.1、各マーケットで +/- 3.1、95%の信頼度です。

Expedia Group について

一つ一つの予約で、世界をより身近に感じられるように。

世界 70 か国以上で 200 以上の旅行サイトと 20 以上のブランドを展開する Expedia Group のプラットフォームは、航空サービス、レンタカー、クルージング、従来の宿泊施設、パッケージレンタルを提供するパートナーの皆様と、優良顧客となる可能性が大きい旅行者の皆様をつないでいます。弊社がご提供する総合的なデータ分析力、卓越したサービス、先進的なテクノロジーを有効活用し効率的に予約を獲得することにより、パートナーの皆様は、包括的かつ満足度の高いサービスのご提供など、本来の大切な業務により多くの時間を費やすことができます。さらに強くつながり、可能性を広げ、困難を克服するために、そして何よりも世界中のすべての人が旅行を通じて豊かな体験を得ることができるように、力を合わせましょう。

パートナーシップを結びましょう。